

The Effect of Corporate Social Responsibility (CSR) and Profitability on BRI Syariah Company Value (BRIS) for the 2018-2020 Period

Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan BRI Syariah (BRIS) Periode 2018-2020

Wahyu Hidayat Febriansyah¹⁾; Yulistia Andriyani²⁾; Nurul Hak²⁾; Khairiah Elwardah²⁾

^{1,2)}Study Program of Perbankan Syariah, Faculty of Economic and Islamic Business, IAIN Bengkulu

Email: ¹⁾hidayatwahyu9742@gmail.com; ²⁾yulistiaandriyani23@gmail.com; ²⁾nurul_hak@iainbengkulu.ac.id; ²⁾khairiahelwardah@iainbengkulu.ac.id

ARTICLE HISTORY

Received [16 Agustus 2021]

Revised [30 Agustus 2021]

Accepted [18 September 2021]

KEYWORDS

Corporate Social Responsibility (CSR), Profitability and Company Value

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Corporate Social Responsibility dan Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan Bank Syariah. Sampel dalam penelitian ini adalah BRI Syariah. Corporate Social Responsibility diukur menggunakan daftar ceklist berdasarkan GRI G4. Sedangkan Profitabilitas diukur melalui return or assets dan nilai perusahaan diukur dengan rasio Tobin's Q. Pengujian hipotesis menggunakan metode analisis Time Series dengan menggunakan bantuan software Eviews 8.1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) Variabel Corporate Social Responsibility tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan Bank Syariah; dan (2) Variabel profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan Bank Syariah.

ABSTRACT

This study aims to determine whether Corporate Social Responsibility and Profitability affect the company value of Islamic Banks. The samples in this study were BRIS. Corporate Social Responsibility is measured using a checklist based on GRI G4. Meanwhile, profitability is measured by return or assets and firm value is measured by the Tobin's Q ratio. Hypothesis testing uses the Time Series analysis method using the Eviews 8.1 software. The results of this study indicate that: (1) Corporate Social Responsibility variable does not affect the company value of Islamic Banks; and (2) the profitability variable has an effect on the firm value of Islamic Banks.

PENDAHULUAN

Citra perusahaan merupakan salah satu bentuk penilaian masyarakat terhadap perusahaan. Jika perusahaan buruk yang dimunculkan di media maka akan menghambat kelancaran operasional dan menghambat upaya peningkatan produktivitas dan profitabilitas (keuntungan) perusahaan, sehingga perusahaan sebagai pelaku bisnis tidak dapat menutup mata terhadap situasi dan kondisi di tempat perusahaan berada. Menurut (Saedah 2015) perusahaan sepatutnya menganggap CSR sebagai strategi jangka panjang yang menguntungkan, bukan sebagai kegiatan yang merugikan. Selain itu, semakin banyak wujud pertanggungjawaban yang dilaksanakan perusahaan terhadap lingkungan, maka image perusahaan menurut pandangan masyarakat akan meningkat dan citra perusahaan menjadi baik. Salah satu cara membentuk citra yang baik di mata masyarakat adalah dengan menerapkan CSR (Corporate Social Responsibility). CSR (Corporate Social Responsibility) dipandang sebagai sebuah keharusan bagi perusahaan. CSR bukan hanya sebagai tanggung jawab perusahaan, tapi sudah menjadi kewajiban bagi perusahaan. Pemikiran yang melandasi CSR adalah legitimacy theory yang menyatakan bahwa perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat untuk melakukan kegiatannya berdasarkan nilai-nilai justice. CSR merupakan klaim agar perusahaan tidak hanya beroperasi untuk kepentingan pemegang saham (Shareholder), tetapi juga untuk kemaslahatan pihak stakeholders (Lely dan Silvia, 2008).

Pada periode-periode sebelum tahun 2007 pengungkapan CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan masih sekedar bersifat sukarela, untuk itu pemerintah Indonesia pada tahun 2007 mengeluarkan Undang-Undang Perseroan Terbatas No.40 Pasal 74 tahun 2007. Bunyi pasal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan yang melakukan kegiatan usaha dibidang atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Corporate Social Responsibility atau tanggung jawab sosial harus dimiliki perusahaan. Corporate Social Responsibility merupakan salah satu bentuk sustainability reporting yang menjadikan perusahaan tidak lagi diharapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada single bottom line, yaitu nilai perusahaan (corporate value) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (financial) saja. Tetapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada triple bottom lines yaitu memperhatikan masalah sosial dan lingkungan.

Selain CSR, nilai perusahaan juga dapat dipengaruhi oleh besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan perusahaan. Profitabilitas sebagai ukuran dan kinerja perusahaan ditunjukkan oleh laba yang

dihasilkan perusahaan. Jika perusahaan mampu meningkatkan laba, menggambarkan perusahaan tersebut mampu berkinerja dengan baik sehingga mampu menciptakan tanggapan yang positif dari investor dan juga meningkatkan harga saham perusahaan tersebut (Sudiarta, 2016).

Penelitian mengenai pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan sudah banyak dilakukan dan memberikan hasil yang berbeda-beda. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Bidhari et al (2013) menemukan pengaruh yang signifikan dengan arah koefisien yang positif antara CSR dengan Nilai perusahaan. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tjia dan Setiawati (2012); Rosiana et al (2013); Amri dan untara (2010) serta Agustiana (2013). Disisi lain, Susanto dan Subekti (2013); Yuliana dan Jumiarti (2015); Rachmad dan Maghviroh (2011); Septianingrum (2014) serta Sgustine (2014), menyatakan bahwa tidak ada pengaruh yang ditemukan pada hubungan antara CSR terhadap nilai perusahaan.

Begitupula dengan penelitian mengenai pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan Martini dkk (2014); Garmayuni (2015); Johan (2012) serta Dewi dan Wirajaya (2013), menunjukkan hasil penelitian bahwa semakin tinggi nilai ROA, maka nilai perusahaan juga akan semakin tinggi. Akan tetapi, penelitian yang dilakukan oleh Susilowati (2011) dan Herawati (2012) menemukan bahwa variabel ROA berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, yang artinya semakin tinggi nilai ROA tidak akan mempengaruhi naik atau turunnya nilai perusahaan. Kondisi tersebut disebabkan karena, peningkatan profitabilitas atau kinerja keuangan saja tidak cukup untuk mempengaruhi persepsi pasar terhadap nilai perusahaan sehingga disinyalir ada aspek lain yang turut mempengaruhi.

LANDASAN TEORI

Corporate Social Responsibility (CSR)

Menurut Internasional Standar ISO 26000(2010) CSR adalah tanggung jawab suatu organisasi sebagai dampak dari sebuah keputusan dan kegiatan kemasyarakatan dan lingkungan, melalui perilaku transparan dan etis yang memberikan kontribusi untuk pembangunan berkelanjutan, kesehatan dan kesejahteraan masyarakat; memperhitungkan harapan para pemangku kepentingan; sesuai hukum yang berlaku dan konsisten dengan norma-norma perilaku internasional dan terintegrasi diseluruh organisasi dan dipraktekkan dalam suatu hubungan. Undang-Undang No.40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas Pasal 74 menyatakan bahwa tanggung jawab social perusahaan merupakan kewajiban bagi perusahaan yang usahanya bergerak dibidang yang berkaitan dengan sumberdaya alam. Pada dasarnya tanggung jawab social perusahaan bersifat wajib untuk perusahaan pada bidang tertentu saja yaitu yang berhubungan dengan sumber daya alam. Sedangkan perusahaan yang tidak berkaitan dengan sumber daya alam, pelaksanaan CSR bersifat sukarela .

Adapun pemikiran yang melandasi CSR adalah teori legitimasi. Legitimasi merupakan keadaan psikologis keberpihakan orang atau kelompok yang sangat peka terhadap gejala lingkungan sekitarnya baik fisik maupun nonfisik (Hadi 2011). Legitimasi perusahaan merupakan factor strategis bagi perusahaan untuk mengembangkan perusahaan dalam jangka panjang. O'Donovan (2002) berasumsi bahwa legitimasi adalah sumber daya yang berpotensi bagi perusahaan untuk bertahan hidup dikarenakan legitimasi dipandang sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Legitimasi perusahaan dapat diperoleh dengan meningkatkan reputasi masyarakat untuk mendapatkan nilai positif dari masyarakat melalui tanggung jawab sosial perusahaan yang biasa disebut dengan CSR.

Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya perusahaan untuk menghasilkan laba bagi investor. Profitabilitas dianggap penting karena profitabilitas sebagai indikator dalam mengukur kinerja keuangan suatu perusahaan sehingga dapat dijadikan acuan untuk menilai perusahaan. Profitabilitas dapat digunakan menjadi salah satu indikator dalam penilaian prestasi perusahaan, selain itu juga merupakan elemen dalam penciptaan nilai perusahaan dimasa yang akan datang sehingga profitabilitas menjadi salah satu pertimbangan penting bagi investor dalam keputusan investasinya. Salah satu pengukuran profitabilitas adalah dengan menggunakan rasio keuangan. Sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan, maka semakin besar pengungkapan informasi sosial.

Nilai Perusahaan

Darminto (2010) menyatakan bahwa, nilai perusahaan menunjukkan nilai dari berbagai asset yang dimiliki oleh perusahaan termasuk surat berharga yang dikeluarkannya, dan untuk perusahaan yang go public, nilai perusahaan dapat tercermin melalui harga sahamnya. Nilai perusahaan sangat penting artinya bagi perusahaan. Karena semakin tinggi nilai perusahaan, maka semakin tinggi kemakmuran

pemegang saham. Menurut Retno dan Priantinah (2012), para pemodal menyerahkan pengelolaan perusahaan kepada para profesional, yaitu kepada manajer atau komisaris agar pencapaian perusahaan dapat meningkat. Nilai perusahaan yang meningkat akan memberikan sumbangan pertumbuhan jangka panjang bagi perusahaan (Sukasih dan Susilawati, 2011)

Terdapat variabel kuantitatif yang digunakan untuk memperkirakan nilai perusahaan, yaitu : (1) Nilai buku merupakan total ekuitas pemegang saham dibagi dengan jumlah saham yang beredar; (2) Nilai pasar, merupakan suatu pendekatan untuk memperkirakan nilai bersih dari perusahaan. Apabila saham dari perusahaan diperdagangkan dalam bursa sekuritas, maka nilai perusahaan dapat diukur berdasarkan nilai pasarnya ; (3) Nilai appraisal, diperoleh dari perusahaan independent appraiser; (4) Nilai arus kas, digunakan ketika melakukan penilaian merger atau akuisisi untuk mengestimasi arus kas bersih .

Perumusan Hipotesis

Hipotesis berasal dari bahasa Yunani, yaitu hypo yang berarti dibawah dan thesis yang berarti pendirian, pendapat yang ditegakkan,kepastian. Jika dimaknai secara bebas, maka hipotesis berarti pendapat yang kebenarannya masih diragukan. Untuk bisa memastikan dari kebenaran dari pendapat tersebut, maka suatu hipotesis harus diuji atau dibuktikan kebenarannya. Untuk itu, seorang peneliti dapat sengaja menciptakan suatu gejala, melalui suatu percobaan atau penelitian. Jika hipotesis sudah teruji kebenarannya, maka hipotesis akan disebut teori .

a. Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan Secara Teoritis.

CSR dapat menjadi keberlanjutan apabila program yang dibuat oleh suatu perusahaan benar-benar merupakan komitmen bersama dari segenap unsur yang ada didalam perusahaan itu sendiri. Dengan melibatkan karyawan secara intensif, maka nilai dari program-program tersebut akan memberikan arti tersendiri yang sangat besar bagi perusahaan. Pelaksanaan CSR akan meningkatkan nilai perusahaan dilihat dari harga saham dan laba perusahaan (earning) sebagai akibat dari para investor yang menanamkan saham diperusahaan. Dalam penelitian yang dilakukan Putra, dkk (2013) dan Rosiana, dkk(2013) juga terbukti bahwa CSR berpengaruh positif terhadap Nilai perusahaan . Berdasarkan penjelasan di atas serta teori yang dijabarkan sebelumnya dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

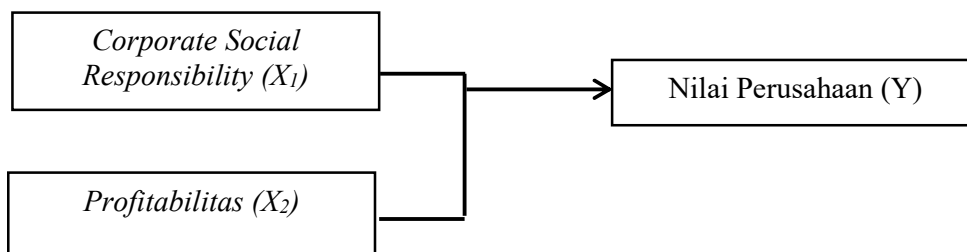
H1 : Diduga Corporate Social Responsibility (CSR) berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

b. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas menunjukkan seberapa besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan bagi investor dimana kemampuan tersebut akan menentukan seberapa baik perusahaan dimata investor dari segi keuangannya. Pertumbuhan profitabilitas dari setiap periode dianggap sebagai sinyal positif oleh investor terkait kinerja perusahaan yang semakin baik dan prospek usaha yang semakin menjanjikan dimasa depan sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Garmayuni (2015), Martini, dkk (2014), Johan (2012), serta Dewi dan Wirajaya (2013) menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan . Berdasarkan teori dan penelitian yang telah dipaparkan, maka dapat ditarik hipotesis sebagai berikut :

H2 : Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Gambar 1. Kerangka Pemikiran Teoritis



METODE PENELITIAN

Metode Analisis

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang didasari dengan asumsi, kemudian ditentukan variable, dan dianalisis dengan menggunakan metode-metode yang valid. Penelitian kuantitatif juga merupakan penelitian yang bersifat empiris di mana data-datanya dalam bentuk sesuatu yang dapat dihitung (angka), dan memperhatikan pengumpulan serta

analisis data dalam bentuk numeric. Sampel dalam penelitian ini adalah Bank BRI Syariah. menurut Arikunto: sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Jika kita hanya meneliti sebagian dari populasi, maka penelitian ini disebut penelitian sampel.

Sumber data yang digunakan untuk mendukung penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari berbagai sumber berupa laporan keuangan perbankan yang valid dibidang keuangan seperti buku, jrnal, majalah dari internet atai website yang menunjang penelitian ini . Data ini diperoleh dari laporan keuangan perusahaan yang berbentuk laporan tahunan (Annual Report) BRIS periode 2018- 2020 yang bersumber dari website resmi BSI yakni ir-bankbsi.com. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik analisis regresi sederhana. Analisis regresi sederhana merupakan teknik statistik untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat..

Dalam penelitian ini, terdapat tiga variabel. Yang mana terdapat CSR (Corporate Social Responsibility) (X1), dan Profitabilitas (X2) sebagai variabel independen, dan Nilai Perusahaan (Y) sebagai variabel dependen. Nilai perusahaan dalam penelitian ini, diartikan sebagai nilai pasar. Alternatif yang digunakan dalam mengukur nilai pasar pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan teknik Tobin's Q. Rasio ini dikembangkan oleh James Tobin (1967). Tobin's Q dihitung dengan formula sebagai berikut :

$$Q = (EMV + D) / TA.$$

Keterangan :

Q = Nilai Perusahaan
EMV = Nilai pasar ekuitas
. D = Total Liabilitas
TA = Total Aktiva

Untuk melihat pengungkapan CSR pada penelitian ini menggunakan daftar ceklist pada table CSR berdasarkan GRI G4. Yang mana pada penghitung nilai CSR tersebut menggunkana rumus sebagai berikut :

$$CSR_{II} = \frac{\sum x_{yi}}{n_i}$$

Keterangan :

CSRI = Index luas pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan.
 $\sum x_{yi}$ = Nilai 1= jika item y diungkapkan ; 0 = jika item y tidak diungkapkan
 n_i = Jumlah item untuk perusahaan I, $n_i \leq 91$.

Sedangkan untuk melihat nilai pada Profitabilitas yang merupakan salah satu variabel independen dalam penelitian ini ,maka variabel tersebut diukur menggunakan rasio Return On Aset (ROA). ROA merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan memanfaatkan total aktiva yang dimiliki perusahaan. Rasio ini, sering digunakan oleh investor dalam menilai suatu saham . Rumus untuk perhitungan ROA adalah :

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total asset}}$$

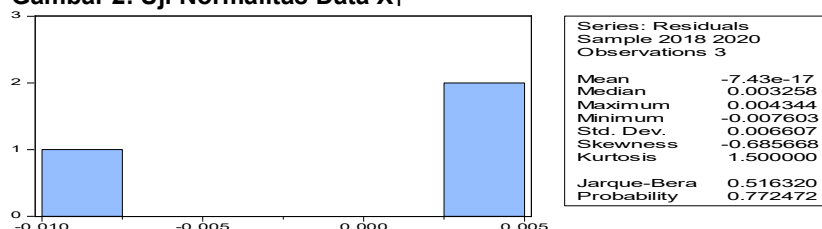
HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan Pembahasan

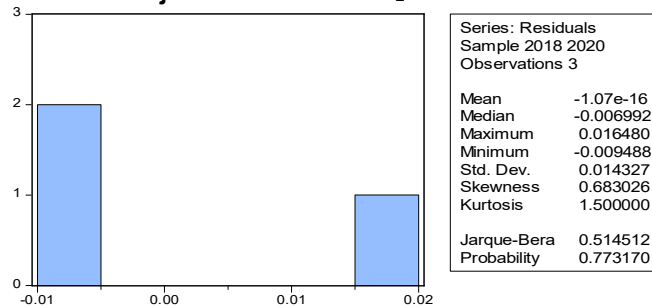
Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Gambar 2. Uji Normalitas Data X_1



Sumber : Output Eviews 8.1

Gambar 3. Uji Normalitas Data X_2 

Sumber : *Output Eviews 8.1*

b. Uji Heterokedastisitas

Tabel 1. Uji Heterokedastisitas X_1

Heteroskedasticity Test: Glejser

F-statistic	0.113426	Prob. F(1,1)	0.7932
Obs*R-squared	0.305613	Prob. Chi-Square(1)	0.5804
Scaled explained SS	0.032833	Prob. Chi-Square(1)	0.8562

Sumber : *Output Eviews 8.1*

Hipotesa :

H_1 : Terjangkit masalah Heterokedastisitas

H_0 : Tidak terjangkit masalah Heterokedastisitas

Persyaratannya Glejser :

Jika nilai $CSR < 0,05$, maka data terjangkit masalah Heterokedastisitas. Jika nilai $CSR > 0,05$, maka data tidak terjangkit masalah Heterokedastisitas.

Hasil *output* diperoleh nilai Pvalue (CSR) sebesar 0.5804 (*Prob. Chi-Square(1)* pada *Obs*R-squared*). Nilai Pvalue (CSR) lebih besar daripada tingkat alpha ($0.5804 > 0,05$), maka H_0 diterima atau bersifat homoskedastisitas (tidak ada masalah asumsi non heterokedastisitas).

Tabel 2. Uji Heterokedastisitas X_2

Heteroskedasticity Test: Glejser

F-statistic	0.128216	Prob. F(1,1)	0.7811
Obs*R-squared	0.340935	Prob. Chi-Square(1)	0.5593
Scaled explained SS	0.036860	Prob. Chi-Square(1)	0.8478

Sumber : *Output Eviews 8.1*

Hipotesa :

H_1 : Terjangkit masalah Heterokedastisitas

H_0 : Tidak terjangkit masalah Heterokedastisitas

Persyaratannya Glejser :

Jika nilai *probabilitas* $< 0,05$, maka data terjangkit masalah Heterokedastisitas. Jika nilai *probabilitas* $> 0,05$, maka data tidak terjangkit masalah Heterokedastisitas.

Hasil *output* diperoleh nilai Pvalue (*Probabilitas*) sebesar 0.5593 (*Prob. Chi-Square(1)* pada *Obs*R-squared*). Nilai Pvalue (*Probabilitas*) lebih besar daripada tingkat alpha ($0.5593 > 0,05$), maka H_0 diterima atau bersifat homoskedastisitas (tidak ada masalah asumsi non heterokedastisitas).

Uji Hipotesis

Uji hipotesis pada penelitian ini dilakukan dengan 3 pengujian yaitu uji koefisien determinasi, uji t dan uji F.

a. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 3. Uji Koefisien Determinasi X_1

R-squared	0.787695	Mean dependent var	0.403504
Adjusted R-squared	0.575389	S.D. dependent var	0.014338
S.E. of regression	0.009343	Akaike info criterion	-6.273651
Sum squared resid	8.73E-05	Schwarz criterion	-6.874576
Log likelihood	11.41048	Hannan-Quinn criter.	-7.481587
F-statistic	3.710194	Durbin-Watson stat	1.364865
Prob(F-statistic)	0.304851		

Sumber : Output Eviews 8.1

Koefesien determinasi (R^2)

Besarnya *Adjusted R-squared* adalah (0.575389) yang berarti variasi variabel X_1 (CSR) mampu menjelaskan 57,53% variasi variabel Y (nilai perusahaan). Sisanya 42,47% dilakukan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Tabel 4. Uji Koefisien Determinasi X_2

R-squared	0.001582	Mean dependent var	0.403504
Adjusted R-squared	-0.996835	S.D. dependent var	0.014338
S.E. of regression	0.020261	Akaike info criterion	-4.725505
Sum squared resid	0.000411	Schwarz criterion	-5.326431
Log likelihood	9.088258	Hannan-Quinn criter.	-5.933442
F-statistic	0.001585	Durbin-Watson stat	1.657933
Prob(F-statistic)	0.974668		

Sumber : Output Eviews 8.1

Koefesien determinasi (R^2)

Besarnya *Adjusted R-squared* adalah (-0.996835) yang berarti variasi variabel X_2 (*Profitabilitas*) mampu menjelaskan 99,68% variasi variabel Y (Nilai Perusahaan). Sisanya 0,32% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

b. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Tabel 5. Uji Koefisien Determinasi X_1

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.314124	0.046715	6.724242	0.0940
X_1	0.329741	0.171188	1.926186	0.3049

Sumber : Output Eviews 8.1

Pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan

Dengan menggunakan tingkat signifikan 0,05 diperoleh *Pvalue* sebesar 1,926. Karena *Pvalue* lebih besar dari 0,05 maka variabel CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hipotesis pertama yang menyatakan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan tidak terbukti (hipotesis ditolak). Hasil penelitian ini konsisten dengan (Nurfina 2017).

Tabel 6. Uji Koefisien Determinasi X_2

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.402209	0.034569	11.63496	0.0546
X_2	4.40E-07	1.11E-05	0.039812	0.9747

Sumber : Output Eviews 8.1

Pengaruh *Profitabilitas* terhadap Nilai Perusahaan

Dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05, diperoleh *Pvalue* sebesar 0,039. Karena *Pvalue* lebih kecil dari 0,05 maka variabel *Profitabilitas* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

Hipotesis kedua yang menyatakan *profitabilitas* berpengaruh terhadap nilai perusahaan terbukti (hipotesis diterima). Hasil penelitian ini konsisten dengan (Nurfina 2017).

c. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Tabel 7. Uji Koefisien Determinasi X_1

R-squared	0.787695	Mean dependent var	0.403504
Adjusted R-squared	0.575389	S.D. dependent var	0.014338
S.E. of regression	0.009343	Akaike info criterion	-6.273651
Sum squared resid	8.73E-05	Schwarz criterion	-6.874576
Log likelihood	11.41048	Hannan-Quinn criter.	-7.481587
F-statistic	3.710194	Durbin-Watson stat	1.364865
Prob(F-statistic)	0.304851		

Sumber : Output Eviews 8.1

Menggunakan tabel diatas, dapat di jelaskan bahwa besarnya signifikasi 3,710 lebih besar dari 0,05, sehingga variabel CSR tidak berpengaruh terhadap variabel nilai perusahaan.

Tabel 8. Uji Koefisien Determinasi X_2

R-squared	0.001582	Mean dependent var	0.403504
Adjusted R-squared	-0.996835	S.D. dependent var	0.014338
S.E. of regression	0.020261	Akaike info criterion	-4.725505
Sum squared resid	0.000411	Schwarz criterion	-5.326431
Log likelihood	9.088258	Hannan-Quinn criter.	-5.933442
F-statistic	0.001585	Durbin-Watson stat	1.657933
Prob(F-statistic)	0.974668		

Sumber : Output Eviews 8.1

Menggunakan bantuan tabel, maka dapat dijelaskan bahwa besarnya signifikasi 0,001 lebih kecil dari 0,05, sehingga variabel *profitabilitas* berpengaruh terhadap variabel nilai perusahaan.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan

Hipotesis pertama yang diajukan adalah, *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan tabel 1.5 diatas, terlihat perolehan nilai *Pvalue* sebesar 1,926. Dengan menggunakan tingkat signifikasi 0,05, maka variabel CSR dapat dinyatakan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini terjadi karena nilai *Pvalue* = 1,926 lebih besar dari tingkat signifikasi yaitu 0,05. Hipotesis pertama yang menyatakan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan tidak terbukti (hipotesis ditolak). Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nurfina 2017) yang menyatakan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini diakibatkan oleh beberapa fenomena seperti, kecenderungan investor membeli saham, rendahnya pengungkapan CSR dan variabel CSR tidak dapat diukur secara langsung. Investor di Indonesia cenderung membeli saham untuk mendapatkan *capital gain*, yang membeli dan menjual saham harian, tanpa mempertimbangkan keberlangsungan perusahaan dalam jangka panjang. Dimana CSR adalah strategi jangka panjang perusahaan untuk menjaga kelangsungan perusahaan. Sedangkan CSR tidak dapat dirasakan dalam jangka pendek. Pengungkapan CSR di Indonesia juga masih rendah dengan rata-rata pengungkapan hanya 17%. Sehingga variabel ini kurang menunjukkan kontribusi pengaruh terhadap nilai perusahaan.

2. Pengaruh *Profitabilitas* Terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis pertama yang diajukan adalah *Profitabilitas* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Pada tabel 1.6 sebelumnya, terlihat bahwa nilai *Pvalue* sebesar 0,039. dengan menggunakan tingkat signifikasi sebesar 0,05, maka variabel *Profitabilitas* dapat dinyatakan berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini terjadi karena nilai *Pvalue* = 0,039 lebih kecil dari tingkat signifikasi yaitu 0,05. Hipotesis kedua yang menyatakan *profitabilitas* berpengaruh terhadap nilai perusahaan terbukti (hipotesis diterima). Hasil penelitian ini konsisten dengan (Nurfina 2017) yang menyatakan bahwa *profitabilitas* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa perusahaan yang mempunyai *profitabilitas*

tinggi akan mendapatkan dana yang cukup sehingga kinerja perusahaan dapat meningkat dan akan berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan. Investor akan lebih tertarik pada perusahaan yang menghasilkan *profit* yang besar karena *return* yang diperoleh juga besar.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah Corporate Social Responsibility (CSR) dan Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan BRI Syariah (BRIS) periode 2018-2020. Penelitian ini merupakan simulasi dari penelitian sebelumnya, namun memiliki perbedaan pada tahun serta objek penelitian. Pada penelitian ini, menunjukkan hasil bahwa variabel Corporate Social Responsibility (CSR) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan variabel Profitabilitas dalam penelitian ini, menunjukkan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurfina 2017, yang dijadikan sebagai acuan penulis..

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya Satya Yudharma. "Pengaruh Biaya Corporate Social Responsibility." 11(2): 171–90.
- Asandimitra, Nadia. 2017. "Capital Expenditure , Leverage , Good Corporate Governance , Corporate Social Responsibility : Pengaruhnya terhadap Nilai Perusahaan." 20(2): 191–214.
- Ayem, Sri. 2019. "Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Pada Perusahaan LQ45 yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017)." 1(2): 138–49.
- Dr. Sandu Siyoto, Skm., M.Kes & M. Ali Sodik, M.A. 2015. Dasar Metodologi Penelitian. 1st Ed. Ed. Ayup. Yogyakarta: Juni.
- Panjaitan, Manangar Julianto, And Seklah. "Panjaitan: Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan..." Vi(01): 54–81.
- Primady, Ganang Radityo, And Sugeng Wahyudi. 2015. "Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Kepemilikan Manajerial Sebagai Variabel Pemoderasi." 4: 1–11.
- Pristianingrum, Nurfina. 2017. "Pengaruh Ukuran, Profitabilitas, dan Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia." 2017: 27–28.
- Rahayu, Maryati, And Bida Sari. 2018. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan." 2(74): 69–76.
- Rosiliana, Kadek, Gede Adi Yuniarta, Nyoman Ari, And Surya Darmawan. 2014. "Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan." 02(1).
- Siswanto, Rendi Et Al. 2018. "Pengaruh Corporate Sosial Responsibility (CSR) terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Konstruksi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (Bei)." 9(September): 1–17.
- Suarjaya, A A Gede. 2017. "Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Mediasi Pada Perusahaan Pertambangan." 6(2): 1112–38.
- Wardhani, Rulyanti Susi. 2013. "Pengaruh CSR Disclosure terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening." Xii(1): 54–86.